

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara berkembang yang sedang mengupayakan pengembangan pada sektor kepariwisataan. Kepariwisataan merupakan kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk menambah penerima devisa negara, memperluas kesempatan berusaha serta membuka lapangan pekerjaan terutama bagi masyarakat setempat.

Pengembangan pariwisata disuatu daerah harus memiliki dasar perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan yang jelas agar potensi yang dimiliki daerah tersebut dapat di pergunakan secara optimal dengan kerja sama dari berbagai pihak, baik kalangan pengusaha, serta pihak pemerintahan. Perkembangan suatu daerah pada dasarnya selaras dengan tingkat perkembangan penduduk dan kegiatannya yang merupakan elemen-elemen penunjang dalam perkembangannya. Oleh sebab itu, keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, karena dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan rasa cinta lingkungan, dan melestarikan alam dan budaya setempat.

Kabupaten Pakpak Bharat merupakan salah satu Kabupaten yang terdapat di provinsi Sumatera Utara yang memiliki destinasi wisata dan ciri khas tersendiri yang unik dan menarik dengan daerah-daerah yang ada di Sumatera Utara lainnya.

Beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Pakpak Bharat memiliki potensi wisata tersendiri, diantaranya adalah wisata Lae Simbilulu, wisata Lae Une, wisata Seribu Tangga, dan beberapa wisata lainnya. Hal ini menjadikan setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Pakpak Bharat menjadi destinasi tujuan dalam berwisata karena objek dan daya tarik wisata adalah suatu kebutuhan, aktivitas dan fasilitas yang menarik dapat membuat para wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah. Salah satu kecamatan di Kabupaten Pakpak Bharat yang mendirikan suatu wisata alam buatan yang berada di kecamatan Siempat Rube Kabupaten Pakpak Bharat. Sebelum menjadi sebuah objek wisata, kawasan ini dahulunya hanyalah suatu kebun pedesaan yang dikelilingi pegunungan dengan petak-petak sawah dan air tawar yang mengalir disekitar nya. Para wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Sabah Julu ini pada dasarnya memiliki berbagai alasan yang berbeda ada yang hanya senang bermain air dan ada juga untuk alasan kesehatan. Perkembangan wisata Sabah Julu saat ini dapat dilihat pada tabel jumlah kunjungan dibawah ini:

**Tabel 1.1**

**Jumlah Kunjungan pada tahun 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Kunjungan</b>
Januari	120 Orang
Februari	100 Orang
Maret	150 Orang
April	250 Orang
Mei	300 Orang
Juni	113 Orang
Juli	200 Orang
Agustus	170 Orang
September	230 Orang

Sumber data : pengelola wisata sabah julu

Perkembangan usaha khusus dalam bidang objek wisata sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan untuk meraih wisatawan antara satu objek wisata dengan satu objek wisata lainnya. Perubahan lingkungan bisnis yang sangat pesat telah memaksa tempat wisata untuk terus secara aktif dan kreatif untuk mengembangkan lokasi wisata yang ada dan terus menerus melakukan pembaharuan terkait strategi dalam memasarkannya. Pengembangan yang dilakukan salah satunya adalah membangun lokasi yang dapat dijadikan sebagai area foto atau yang biasa disebut dengan spot foto. Lokasi wisata yang baik tidak akan mampu dijangkau oleh masyarakat, bilamana tidak adanya promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata itu sendiri. Berbicara tentang promosi tidak dapat dipisahkan dari bagaimana membangun strategi yang baik dalam pemasarannya, salah satunya adalah bagaimana komunikasi pemasaran

memegang peran yang sangat penting guna mencapai tujuan dari pengelola tempat wisata tersebut. Membicarakan komunikasi dalam pemasaran berarti membicarakan bagaimana pengaruh komunikasi dalam pemasaran dan bagaimana menjadi relevan antara keduanya. Dengan komunikasi yang baik, maka akan mempermudah pelaksanaan pemasaran. Penerapan strategi komunikasi dalam pemasaran dapat menarik minat wisatawan.



**Gambar 1.1** Wisata Sabah Julu

Wisata sabah julu Kabupaten Pakpak Bharat saat ini menggunakan *word of mouth* atau informasi dari mulut ke mulut yang merupakan bagian dari promosi guna untuk menarik wisatawan untuk berkunjung. *Word of mouth marketing* merupakan usaha pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan dan menjual produk atau jasa kita kepada pelanggan lainnya. Untuk melaksanakan *word of mouth* dengan sengaja, maka perlu untuk menerapkan beberapa elemen dasar agar penyebaran informasi melalui *word of mouth* dapat berjalan dengan baik. Sernovitz (2012:19): mengatakan ada lima elemen *word of mouth marketing* yaitu: *Talkers*

(pembicara), *topics* (topik), *tools* (alat), *taking* (partisipasi), *tracking* (pengawasan). Dengan elemen-elemen yang telah disebutkan di atas, dapat dikatakan bahwa *word of mouth* merupakan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh siapa saja dan cukup efektif. Dari hasil wawancara bersama pengelola Wisata Sabah Julu, pihak manajemen telah melakukan jenis promosi yaitu *word of mouth* dan ke lima elemen tersebut dengan mengajak para konsumen terdahulu untuk menceritakan pengalamannya setelah mengunjungi Wisata Sabah Julu Kabupaten Pakpak Bharat. Pada tabel kunjungan diatas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung yang berkunjung tidak stabil. Hal ini membuat penulis sangat tertarik untuk meneliti permasalahan-permasalahan apa yang dihadapi oleh wisata Sabah Julu ini sehingga jumlah kunjungannya tidak stabil.

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan dari suatu destinasi yang dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung pada suatu destinasi. Daya tarik wisata harus dijaga keasliannya agar daya tarik dapat menjadi produk unggulan sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Menurut para ahli daya tarik wisata yang kuat dan berbeda daripada yang lain menjadikan suatu daya tarik wisata yang mampu memotivasi wisatawan untuk berkunjung dan melakukan kunjungan ulang terhadap objek wisata tersebut. Kenyataannya, daya tarik wisata pada wisata Sabah Julu kabupaten Pakpak Bharat sangat berbeda dari objek wisata yang lain di wilayah kabupaten Pakpak Bharat yang tidak terlepas dari lokasi tempat wisata yang terletak di antara tempat persawahan dan air tawar dan bebas dari polusi serta fasilitas-fasilitas yang sangat mendukung sehingga dapat menciptakan loyalitas atau minat berkunjung ulang wisatawan atas suatu destinasi wisata. Beberapa masalah daya tarik wisata sabah

julu kabupaten pakpak bharat adalah proses pengembangan daya tarik itu sendiri, kurangnya aksesibilitas untuk mencapai tepat tujuan serta belum adanya akomodasi bagi wisatawan yang datang dari luar kota.

Berdasarkan uraian tersebut penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Strategi *Word Of Mouth* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Wisata Sabah Julu Kabupaten Pakpak Bharat”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang terdapat di penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang pada objek wisata sabah julu kabupaten pakpak bharat?
2. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang pada objek wisata sabah julu kabupaten pakpak bharat?
3. Apakah *Word of mouth* dan daya tarik wisata berpengaruh secara simultan terhadap Minat kunjungan ulang pada Wisata Sabah Julu Kabupaten Pakpak Bharat?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Minat Kunjungan Ulang pada objek Wisata Sabah Julu Kabupaten Pakpak Bharat
2. Untuk menganalisis pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjungan Ulang pada objek Wisata Sabah Julu Kabupaten Pakpak Bharat
3. Untuk menganalisis pengaruh *Word Of mouth* dan daya tarik wisata terhadap Minat Kunjungan Ulang pada objek Wisata Sabah Julu Kabupaten Pakpak Bharat.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis, adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi pembaca, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh *word of mouth*, dan Daya Tarik terhadap Minat Kunjungan Ulang pada objek wisata sabah julu di Kabupaten Pakpak Bharat
  - b. Bagi peneliti lain, penelitian ini bermanfaat untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel yang berbeda
  - c. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan

## 2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, khususnya objek Wisata Sabah Julu dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kinerja sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang untuk berwisata.